

# Estudio de Costos e Ingresos “C & I” Periódicos Populares

**Sociedad Interamericana de Prensa (SIP)**

ESTUDIO DE REFERENCIA

La posibilidad de compararnos con la industria

**1**





# **MEDIR**

**Cuantificar, calcular, valorar.**

**No se puede calificar un resultado si no  
se puede MEDIR**

**Es más fácil mejorar lo que se puede  
MEDIR**



Páginas de Contenido
Centímetros Vendidos
Toneladas de Papel Usados
Visitas a la página en al Red
Periódicos Vendidos
Devoluciones
Número de Empleados

# Mediciones Internas



## Lectoría EGM

Cifras de la Cámara de Comercio

Tesis, Investigaciones, y Estudios de Campo de  
Universidades y otras Entidades

Google Analytics

**ESTUDIO DE COSTOS E INGRESOS DE LA  
SIP**

# Mediciones Externas

# **COMPARAR**

**No se puede COMPARAR lo que no se  
puede MEDIR**

**Es más fácil mejorar lo que se puede  
MEDIR y COMPARAR**

# **ESTUDIO DE REFERENCIA**

**\* Estudios Comparativos**

**\* Benchmarking**

**Vistazo hacia un negocio, organización, industria, ó región; para examinar cómo “otros” mejoran su desempeño y entender los procesos que ellos usan.**

# **METAS ESTUDIO DE REFERENCIA**

- \* Entender detalles de un negocio o proceso**
  - \* Entender el proceso de “otros”**
- \* Entender las diferencias entre mi proceso y el de “otros”**
- \* Desarrollar un plan que permita llegar a un mejoramiento.**

# TIPOS DE ESTUDIO DE REFERENCIA

**\* Estratégico**

 **\* Competitivo ó de Desempeño**

**\* De Proceso**

**\* Funcional**

**\* Interno**

 **\* Externo**

# **ESTUDIO DE REFERENCIA EXTERNO DE DESEMPEÑO O COMPETITIVO**

- \* La Empresa ubica su posición respecto a “otros” en el desempeño de actividades y medidas clave.**
- \* Los compañeros de comparación son del mismo sector o industria**
- \* Generalmente lo elaboran asociaciones externas para proteger confidencialidad**
- . El Estudio de Costos e Ingresos de la SIP es este tipo de Estudio de Referencia**

# Estudio de Costos e Ingresos “C & I” Periódicos Populares

**Sociedad Interamericana de Prensa (SIP)**

Estudio de Referencia de la Industria, que compara en forma confidencial los indicadores de gestión y desempeño en todas las áreas de la Empresa (13), entre los diferentes participantes latinoamericanos. Hay un estudio específico para periódicos Populares, y otro para Tradicionales. La SIP ha efectuado este tipo de Estudios durante 25 años.

**12**

# ¿Cómo funciona C & I ?

. Los participantes llenan y envían a la SIP un formulario de información anual, financiera y de gestión.

. La SIP – Consultoría Financiera- revisa cada formulario, asigna un código privado de identificación, y lo envía a proceso a Inland Press en Chicago.

. Con los resultados, la SIP ensambla el Estudio C&I para ser analizado por los participantes en sesiones de clase con el Profesor John Lavine, Decano de la Facultad de Periodismo Medill de la Universidad de NorthWestern y fundador del Media Management Center (Centro de Gerencia de Medios)

. Las Sesiones de Estudio hacen parte del Seminario de C&I, el cual incluye conferencias en diferentes áreas de la Industria Periodística.

# ¿Qué incluye C&I?

- . Prueba Relámpago de su Periódico
- . Perfil Individual de su Periódico
- . Libro de Circulación (Comparativo de todos los periódicos participantes)

## CUANDO HAY MAS DE 24 PARTICIPANTES:

- . Tabla de Normas de la Industria por tamaño de circulación
  - . Gráficas de Normas de la Industria
  - . Tabla de Normas de la Industria para cada Periódico
- 
- . Asistencia al Seminario de C&I, sesiones de estudio y conferencias

- Es particular y privada para cada periódico y se le entrega en sobre cerrado en papel y medio digital.
- Condensa Cifras de Ingresos y Gastos en 2 hojas con 73 parámetros “clave”.
- Provee la primera radiografía general de su periódico como punto de partida a un análisis más profundo.
- Se incluye una columna del promedio del grupo de participantes para compararse con el mismo.

# Prueba Relámpago

SIP / MMC / IPA ESTUDIO DE COSTOS E INGRESOS AF 2010  
 PROMEDIO DEL GRUPO EN CIRCULACION VS PERIODICO # 285

Circulación Grupo # 1 Rango 6,000 to 47,000	Periódico # 285 (000)	Prom Grupo (12 in Group) (000)	% del Promedio del Grupo
<b>UTILIDAD PERIODICO</b>			
Ingresos del Periódico			
Publicidad	\$ 1,645.2	\$ 921.2	178.6%
Circulación	2,354.4	2,370.0	99.3%
Otros	51.5	13.6	378.7%
<b>Total Ingresos del Periódico</b>	<b>\$ 4,051.1</b>	<b>\$ 3,304.8</b>	<b>122.6%</b>
<b>Gastos del Periódico</b>			
<b>Nómina</b>			
Redacción	\$516.1	\$238.6	216.3%
Publicidad	65.8	36.4	180.8%
Circ. & Dist.	212.4	138.9	152.9%
Producción	86.1	59.7	144.2%
G&A y E	52.0	108.9	47.8%
<b>Total Gasto de Nómina</b>	<b>\$932.4</b>	<b>\$484.0</b>	<b>192.6%</b>
<b>Gastos NO de Nómina</b>			
Redacción	\$462.7	\$104.8	441.5%
Publicidad	277.3	278.7	99.5%
Circ. & Dist.	544.2	221.4	245.8%
Producción	571.7	183.3	311.9%
Papel y Tinta	891.7	733.1	121.6%
G&A y E	197.3	438.0	45.0%
<b>Total Gasto NO de Nómina</b>	<b>\$2,944.9</b>	<b>\$1,959.3</b>	<b>150.3%</b>
<b>Total Gasto del periódico</b>	<b>\$3,877.3</b>	<b>\$2,541.8</b>	<b>152.5%</b>
Utilidad del periódico	\$173.8	\$763.0	22.8%
% de Utilidad bruta del periódico	4.3%	23.6%	18.2%
<b>UTILIDAD AJENA AL PERIODICO</b>			
Ingresos no del periódico	\$902.2	\$168.0	537.0%
Gastos no del periódico	613.1	129.2	474.5%
Utilidad no del periódico	\$289.1	\$38.8	745.1%
% de Utilidad bruta no del periódico	32.0%	76.8%	41.7%
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>			
Total Ingreso operativo	\$4,953.3	\$3,388.8	146.2%
Total Gasto operativo	4,490.4	2,545.2	176.4%
Total Utilidad operativo	\$462.9	\$843.6	54.9%
% de Utilidad operativa	9.3%	24.0%	38.7%
<b>MEDIA DIGITAL</b>			
Ingreso	\$902.2	\$902.2	100.0%
Gasto	613.1	613.1	100.0%
% Utilidad bruta	32.0%	32.0%	100.0%
<b>GUIAS DE COMPRESION</b>			
Ingreso	\$0	\$0	.0%
Gasto	.0	.0	.0%
% Utilidad bruta			.0%
<b>IMPRESION COMERCIAL</b>			
Ingreso	\$0	\$10.4	.0%
Gasto	.0	.0	.0%
% Utilidad bruta		100.0%	



- Es particular y privado para cada periódico y se le entrega en sobre cerrado en papel y medio digital.
- Detalla 422 parámetros e índices financieros y de gestión en 21 hojas.
- Permite un análisis más profundo del Periódico.
- Se compara su periódico contra una columna de las Normas de la Industria proyectadas para un periódico de su misma circulación.

# Perfil Individual

Pág 2

Referencia			Descripción	Publicidad		
Normas Industri a Pág	Circ/Ing Pág			2010	2010	2010
				Newspaper 285	Industry Norms Ind. Nsp. 285	Circulation Group 1
		10	Circulación	23,500	23,500	28,800
			Ingreso de Publicidad	<u>1,645,200</u>	<u>613,300</u>	<u>921,200</u>
			Ingreso de Publicidad por copia	70.01	26.10	31.99
2	10		Cms de Publicidad vendidos	<u>632,000</u>	<u>172,220</u>	<u>268,100</u>
	10		Ingresos de publicidad por cm	<u>2.60</u>	<u>3.56</u>	<u>3.44</u>
			Cms vendidos por copia	26.89	7.33	9.31
			Total CPM (Costo por 1000 Copias)	35.85	49.10	38.70
<u>Publicidad Local</u>						
1	4		Ingreso de Publicidad al detal	1,645,200	263,330	510,300
			% de Ing. de Publ. al detal / Ing. de Publicidad	100.0	42.9	55.4
			Ingreso de Publicidad al detal por copia	70.01	11.21	17.72
2	4		Total de cms de publicidad al detal	632,000	56,820	130,100
	4		Cms de Publicidad al detal tiraje completo	632,000		130,100
	4		Cms de Publicidad al detal tiraje parcial			
			Cms de Publ. al detal por copia	26.89	2.42	4.52
2	4		Ing. de Publicidad al detal por cm	2.60	4.63	4.85
			Publ. al detal CPM (Costo por 1000 Copias)	35.85	63.87	54.56



Referencia	Descripción		Redacción		
	Normas de la Ind. pág.	Circ/Ing. pág.	2010 Newspaper 285	2010 Industry Norms Ind. Nsp. 285	2010 Circulation Group 1
15	3	14	Gasto de Redacción	978,800	343,400
		14	Como % del total de Ingreso del Periódico	24.2	11.0
29	5	18	Redacción Nómina	516,100	238,600
		18	Empleados de Redacción		
			TC	44	22
			equivalentes a TC		
			Total ETC	44.0	22.2
			Salario promedio por ETC	11,729.55	10,762.29
			Gasto Redacción menos Nómina	462,700	104,800
		17	Gasto de Redacción por copia	41.65	13.06
			Nómina de Redacción por copia	21.96	8.28
			Otros Gastos de Redacción por copia	19.69	3.64
41	6	17	Páginas de Noticias	5,308	3,990
		17	Gasto redacción por página	184.40	84.98
			% de espacio dedicado a noticias	68.5	80.5
		18	Gasto Red. Artículos sindicalizados, clipart, noticias	77,000	19,100
		18	Gasto Red. Servicios de Tercerosno relacionados		35,500
		18	Gasto de Red. Mercadeo y promoción	208,800	42,000



Pág 11

Referencia			Descripción	Circulación		
	Normas de la Ind. pág.	Circ/Ing. pág.		2010 Newspaper 285	2010 Industry Norms Ind. Nsp. 285	2010 Circulation Group 1
			Circulación	23,500	23,500	28,800
		1	Número de ediciones por año	<u>360</u>		<u>336</u>
		2	Ingreso bruto de Circulación	2,354,400		2,370,000
		2	Menos comisiones a agentes de reparto			
6	1	2	Ingreso neto de Circulación	2,354,400		2,370,000
		2	Como % del Total de Ingresos del periódico	58.1		73.9
17	3	21	Gasto de Circulación y Distribución	756,600	241,600	360,300
		21	% sobre el total de Ingresos del periódico	18.7	9.2	11.1
		22	% sobre el Ingreso de Circulación	32.1	12.6	17.0
			Ingresos Netos por Circulación	1,597,800	1,682,010	2,009,700
		21	Ingreso de Circulación por copia	100.19	81.86	82.86
		21	Gasto de Circ/Dist por copia	32.20	10.28	14.11
		22	Ingreso neto por copia	<u>67.99</u>	<u>71.57</u>	<u>68.75</u>
			Promedio de Ingresos netos semanales por copia	1.31	1.38	1.32
31	5	22	Nómina Circ/Dist	212,400	93,430	138,900
		22	Empleados Circ/Dist			
			TC	18		14
			Equivalentes TC			8.0
			Total ETC	18.0		16.1
			Salario promedio por ETC	<u>11,800.00</u>		<u>6,313.64</u>
			Gastos de Circ/Dist menos Nómina	544,200	148,170	221,400



- Es un reporte de 41 páginas que despliega información detallada comparativa de cada uno de los periódicos participantes
- Los participantes son separados en grupos de 12 periódicos en orden progresivo de circulación, la cual no se publica en aras de proteger identidad.
- Cada página contiene dos grupos, o sea 24 periódicos identificados con una clave o código que se entrega confidencialmente a cada uno. Cada grupo de 12 tiene un promedio de grupo, y cada página un promedio de 24.
- Aquí usted compara su periódico con todos los periódicos participantes, 11 de similar tamaño, y contra los promedios de 12 y 24.

El Libro de Circulación es la esencia del estudio de C&I,  
Estudio de Referencia

# Libro de Circulación

Informe de Circulación

2010

Códigos		Circulación		Circulations:	
		1.1 Cód	1.2 Ediciones por Año	1.3 Págs impresas internamente	
N	Dato que No se incluye en los promedios, ni en las normas por considerarse abnormal, pero se reporta y presenta en la tabla.	629	306	3,360	}
		522	306	3,383	
		303	367	5,158	
		289	310	1,942	
		<u>285</u>	360	<u>7,750</u>	
S	Publica Guia de Compra	313	309	3,231	}
X	Periódicos en combinación	497	309	5,012	
*L	Se reportan avisos legales y sus ingresos	361	362	8,394	
		513	365	6,426	
		307	362	4,635	
NP	No imprime su periódico	676	310	4,097	}
NN	Reporta ingresos ajenos al periódico, pero los gastos ajenos al periódico se incluyen en gastos del periódico	443	363	6,125	
Prom grupo:			336	4,959	
Prom pág:			336	4,959	

< Circulación

> Circulación

12

## Ingresos

Circulación 1 Circulations: 6,000 to 47,000

Cod	1 Publicidad		2 Circulación Bruta		3 Pago a Agentes y Hepartidores		4 Circulación neta	
	Ingreso	%/Ing del periódico	Ingreso	Ingreso	Ingreso	%/Ing del periódico		
629	127,100	17.5	597,000		597,000	82.3		
522	148,300	16.8	734,400		734,400	83.4		
303	397,400	20.8	1,514,000		1,514,000	79.2		
289	1,644,900	50.4	1,617,300		1,617,300	49.6		
<u>285</u>	<u>1,645,200</u>	<u>40.6</u>	<u>2,354,400</u>		<u>2,354,400</u>	<u>58.1</u>		
313	397,700	14.9	2,262,900		2,262,900	85.1		
<u>497</u>	<u>766,800</u>	<u>23.0</u>	<u>2,505,600</u>		<u>2,505,600</u>	<u>75.1</u>		
361	1,846,200	33.4	3,640,500		3,640,500	65.9		
513	1,761,400	40.1	2,627,100		2,627,100	59.9		
307	478,900	12.2	3,444,400		3,444,400	87.8		
676 S	1,286,100	22.3	4,477,900		4,477,900	77.7		
443	554,000	17.2	2,663,900		2,663,900	82.6		
Prom grupo:	921,200	25.8	2,370,000		2,370,000	73.9		
Prom Pág:	921,200	25.8	2,370,000		2,370,000	73.9		

## Resumen de Gastos Operativos (se omiten millones ,000)

Circulación: 1

Circulations: 6,000 to 47,000

Cod	1	2	3	4	5	6
	Total Gasto del Periódico	% Utilidad bruta del Periódico	Gastos ajenos al Periódico	% Utilidad bruta ajena al periódico	Total gastos de Operación	% Total Utilidad Bruta
629	570.1	21.4	1.4	85.6	571.5	22.2
522	758.9	13.9	3.9	69.0	762.8	14.6
303	1,382.2	27.7		100.0	1,382.2	29.0
289	3,812.2	-16.9			3,812.2	-16.9
<u>285</u>	<u>3,877.3</u>	<u>4.3</u>	<u>613.1</u>	<u>32.0</u>	<u>4,490.4</u>	<u>9.3</u>
313	976.0	63.3			976.0	63.3
<u>497</u>	<u>1,467.5</u>	<u>56.0</u>			<u>1,467.5</u>	<u>56.0</u>
361	5,342.4	3.4	100.6		5,443.0	1.5
513	3,703.1	15.6			3,703.1	15.6
307	2,313.5	41.0		100.0	2,313.5	41.0
676 S	1,925.0	66.6	12.5	74.2	1,937.5	66.7
443	3,639.3	-12.8	43.4		3,682.7	-14.1
Prom grupo:	2,541.8	23.6	129.2	76.8	2,545.2	24.0
Prom pág:	2,541.8	23.6	129.2	76.8	2,545.2	24.0



**285**

**HACE:**

- Utilidad del 9%
- Ventas de Publicidad 40% de los ingresos, por \$1.6
- Ventas por Internet de \$902 mil, con utilidad del 32%

**PIENSA**

Vende lo mismo que yo en Circulación... ¿cómo logra esa utilidad?

...quisiera ver su manejo de costos...



**497**

**PIENSA:**

¿Cuál será su estrategia para vender el doble de mi publicidad?

Mmm. ¡Casi un millón en ventas por internet, y ganan el 32% de eso!

¿Cómo?

**HACE:**

- . Utilidad de 56%
- . Ventas de circulación de \$2.5 millones

**El análisis de referencia empieza...**

**25**

## ANALICE

- Siga utilizando las 41 páginas de comparativos y descubrirá buena parte de las respuestas a sus dudas. Hágalo durante el seminario, y luego en su país con su equipo de trabajo.
- Involucre a su equipo en el proceso

## INTERCAMBIE

- La SIP puede servir como intermediario entre los dos periódicos para concertar una reunión privada entre ambos.
- Durante 25 años este método ha sido fuente de ideas para el mejoramiento, y referencia para emprender nuevos proyectos y estrategias

**¿Cómo puede ayudar el Estudio de Costos de Ingreso de la SIP ?**

# Estudio de Costos e Ingresos “C & I” Periódicos Populares

## ¿Cómo?

Inscribase con la SIP para el Seminario de Costos e Ingresos y llene y envíe el formulario de Información Financiera

# Estudio de Costos e Ingresos “C & I” Periódicos Populares

## ¿Cuándo?

- . Inscripciones en febrero y marzo de 2012
- . Envío de Formularios en mayo de 2012
- . Seminario de Costos e Ingresos del 29 de julio al 1ro de agosto de 2012 (por confirmar)

# Estudio de Costos e Ingresos “C & I” Periódicos Populares

## ¿Dónde?

Buenos Aires – Argentina (Por confirmar)

\*Presentación de Steve Pope, General Manager Colorado Mountain News Media.  
Benchmarking your Organization, Julio de 2011

\*Presentación de Inland Press Association, Management and Costs Workshop,  
julio19 de 2011

\* <http://www.tutor2u.net/business/strategy/benchmarking.htm>Strategy

\* Creative Benchmarking, Dawn Iacobucci and Christie Nordheim, Harvard  
Business Review, November-December 2002.

\* Benchmarking for Best Practices: Winning Through Innovation-Adaptation.  
Christopher Bogan, and Michael English

\* Estudio de Costos e Ingresos de La SIP para Periódicos Populares AF2010

# Fuentes

---

# Estudio de Costos e Ingresos “C & I” Periódicos Populares

Seminario de Costos e Ingresos de la SIP

Buenos Aires – Argentina

De julio 29 al 1ro de agosto de 2012

**31**